

# A 101ª Divisão Aerotransportada no Iraque: Televisionando a Liberdade

Major John Freeburg, Exército dos EUA e  
2º Sargento Jess. T. Todd, Exército dos EUA

**D**URANTE a Operação *Iraqi Freedom*, a 101ª Divisão Aeroterrestre participou de uma das mais impressionantes ações militares da história. Deslocando-se rapidamente do Kuwait para o combate em Karbala e para Mosul, a 101ª Divisão passou rapidamente de operações de combate a operações de estabilidade e apoio (*stability and support operations* — SASO). Operações Psicológicas (Op Psico) táticas foram importantes para o sucesso da 101ª Divisão durante o combate e a Op Psico operacional foi vital para “conquistar a paz” posteriormente.

A área de operação (A Op) Norte, um grande setor do Iraque que inclui três fronteiras internacionais, foi encargo operacional da 101ª Divisão. A área de operação, com uma área de mais de 75.000 quilômetros quadrados e uma população de aproximadamente 6,5 milhões de habitantes, incluía duas línguas distintas e três culturas principais. Suas terras de cultivo vastas e planas, seus exuberantes vales de rios e suas montanhas escarpadas proporcionam refúgio para civis deslocados, contrabandistas e rebeldes curdos. Nesse cenário, a 318ª Companhia Tática de Op Psico (Reserva) e o estado-maior da 101ª Divisão Aeroterrestre tinham a função de conquistar os corações e mentes da população.

## Jornais, Folhetos e Cartazes

Quase todos no Norte do Iraque recebem informações via satélite televisão e, em uma menor proporção, o rádio.<sup>1</sup> Os jornais vêm em terceiro lugar, e em muitos casos superam a comunicação oral. Embora folhetos e cartazes estejam classificados ainda mais abaixo, eles são os favoritos da comunidade de Op Psico e foram empregados na área norte de operações psicológicas. Quando colocados em locais centrais, os folhetos e cartazes proporcionavam métodos adicionais de levar informação à população.

Os jornais eram importantes por disseminarem a mensagem da coalizão dentro dos centros populacionais urbanos. A 318ª é uma Companhia puramente tática, por isso a mudança de missão de combate para a de estabilidade e apoio exigiu que os soldados aprendessem uma série de

habilidades diferentes. A 318ª aceitou o desafio de publicar três jornais diferentes, que rapidamente se tornaram os mais populares e mais lidos jornais na área de operações.<sup>2</sup> Tropas em patrulhamento em áreas urbanas e rurais freqüentemente distribuíam material de informativo durante as comunicações de rotina com o povo local, e os jornais enquadraram-se nesse programa perfeitamente. Inversamente, o jornal de maior circulação na área de operação norte alcançou apenas o máximo de 3 % da população total.<sup>3</sup>

## Televisão e Rádio

Após os serviços de energia e água serem restabelecidos a níveis relativamente normais, a situação mudou rapidamente. Nos centros populacionais da área de operação norte, membros de famílias numerosas de iraquianos e seus vizinhos reuniam-se em seus lares à noite, para assistir televisão com receptores de satélites. As mensagens que eles viam através da Al Jazeera, Al Arabiya, e Al Manar divergiam daquelas apresentadas pela 101ª Divisão e pela Autoridade Provisional de Coalizão (Coalition Provisional Authority — CPA). As mensagens apresentadas pelos canais de televisão não eram excessivamente anticoalizão e sim mensagens implícitas mescladas com os fatos de uma determinada estória.

Ao final de 2003, antenas parabólicas eram abundantes no Norte do Iraque e a televisão via satélite era o meio de informação dominante. Iraquianos desafortunados, que não tinham acesso à televisão via satélite tinham apenas uma estação local para assistir.

No início de abril de 2003, a única estação de televisão em funcionamento a Mosul ficava no campus da Universidade de Mosul, e era controlada pelo líder da milícia tribal Mesham Jabori. Quando a 101ª Divisão chegou a Mosul, Jabori estava transmitindo mensagens políticas sem interferência, e a estação retransmitia a Al Jazeera à noite. A 101ª Divisão interrompeu a mensagem de Jabori e interrompeu as transmissões de Al Jazeera. Infelizmente, a “descontinuidade” resultante permitiu o sucesso de transmissores de



Departamento de Defesa

*O comandante da 101ª Divisão Aeroterrestre cumprimenta personalidades locais por ocasião de um almoço para celebrar futuros acordos de cooperação em Demir, durante a Operação Irqui Freedom, em maio 2003.*

satélites altamente aprimorados, contra os transmissores locais e, ultimamente, da coalizão.

Em contraste com as sofisticadas propagandas transmitidas pela Al Jazeera e emissoras de outras que inundaram o Iraque, as mensagens da coalizão eram diretas, simples e contundentes. Baseado num programa nacional de folhetos, milhares de produtos eram enviados regularmente para as divisões, mas a presença de Op Psico era virtualmente invisível na estação nacional de televisão Al Iraquia, a qual Autoridade Provisional de Coalizão administrava através da Rede de Comunicações Iraquiana. A inexperiente rede teve pouco sucesso em 2003, apesar de o governo americano ter gasto mais de 30 milhões de dólares substituindo e revitalizando o cenário da mídia que existia durante o regime de Saddam Hussein.<sup>4</sup> O enfoque era principalmente na reparação e reposição de infra-estrutura, sobrando pouco tempo e dinheiro para investir na qualidade do conteúdo da produção.

Tecnicamente, todas as estações de rádio e televisão pertenciam à Rede de Comunicações Iraquiana, cuja posição inicial, em relação aos militares americanos, era a de não receber apoio nem transmitir mensagens patrocinadas por eles. A intenção era proporcionar ao governo iraquiano voz independente, porque a Rede de Comunicações Iraquiana acreditava que qualquer relação com a coalizão seria vista como sendo um controle americano.

Tornou-se evidente o fato de que, se a 101ª Divisão não tivesse fornecido equipamento e pago os salários dos funcionários, as estações de rádio e televisão de Mosul não estariam mais funcionando dentro de um ano. O 22º Destacamento Móvel de Comunicação Social da 101ª Divisão passou a usar estações de transmissão revitalizadas preenchendo as

transmissões com programação pró-coalizão.

Durante o outono de 2003, a Rede de Comunicações Iraquiana controlava todas as estações de rádio e televisão que anteriormente pertenciam ao Estado. Na maioria dos dias, rádios locais e estações de televisão retransmitiam o sinal da Rede de Comunicações Iraquiana, que proporcionava apenas 4 horas diárias de programação local. A fim de preencher às 4 horas restantes, a 101ª Divisão aumentou a qualidade e a quantidade dos conteúdos de rádio e televisão que estava à disposição do público.

O comandante da 101ª Divisão, General David H. Petraeus, respondeu as perguntas num programa de ligações ao vivo. Os comandantes de Brigada também apareceram na televisão e responderam as perguntas dentro de suas áreas de responsabilidades. O Coronel Joe Anderson, Comandante da 2ª Brigada, tornou-se uma celebridade em Mosul através do seu programa de entrevistas no rádio aos sábados pela manhã. Anderson chegou até receber uma proposta de casamento de uma ouvinte apaixonada.

O estado-maior de Op Psico da 101ª Divisão fez contatos com a comunidade de artistas de Mosul para estabelecer e encorajar a produção de programas de televisão independentes, resultando nos primeiros anúncios de utilidade pública produzidos por iraquianos desde a queda do regime de Saddam Hussein. Esses anúncios de televisão tinham duração de 2 a 3 minutos e usavam humor para transmitir mensagens específicas enviadas pelo estado-maior de Op Psico. Os atores, comediantes da TV local “iraquizavam” as mensagens das Op Psico, traduzindo-os para o árabe, no estilo cultural de Mosul. O seriado, intitulado “Wakhazat” (uma coceira que precisa ser coçada), levado ao ar de outubro de 2003 a fevereiro de 2004, e 12 anúncios de utilidade

pública foram produzidos em formato digital em CDs. O anúncio de utilidade pública tornou-se muito populares entre os cidadãos de Mosul, e sua eficácia ultrapassou as expectativas.

Inicialmente, esses anúncios concentraram-se em assuntos normais do dia-a-dia da cidade, como, por exemplo, a maneira apropriada de lidar com o lixo. No entanto, quando sua eficácia tornou-se evidente, os anúncios transformaram-se numa ferramenta valiosa das Op Psico e passaram a cobrir de tudo, desde como acabar com os saqueadores, denunciar o mercado negro, até como respeitar a polícia de trânsito. O sucesso inicial foi animador e provou que a televisão local era capaz de acumular uma audiência significativa, apesar do domínio esmagador das estações de satélite.

Quando a 101ª Divisão encarregou-se da programação principal, não houve interesse em se criar outro programa de televisão. Com isso investiu-se tempo, energia e dinheiro para estimular a estação local e conquistar a maior parte da audiência iraquiana das estações de satélite. Dessa forma fez-se necessário uma nova sinergia entre a mídia do rádio, da imprensa e da televisão. O conceito de fazer publicidade em outros meios de comunicação era vital para o sucesso, mas difícil de ser estabelecido, tendo que ser reforçado continuamente.

## O Programa de Talentos da Província de Ninewa

A idéia do Programa de Talentos da província de Ninewa surgiu durante a reunião de atualização da Divisão em meados de dezembro de 2003. O objetivo do programa era provar que o Iraque havia mudado e que oportunidades estavam abertas a todos os cidadãos, independente de classe social e posição política. A idéia foi aceita com certo ceticismo. A ligação entre liberdade civil e um show de talentos não fazia muito sentido. Quando o programa entrou no ar, a

ligação tornou-se clara: o programa era um exemplo vívido e colorido da descoberta de uma nova liberdade de expressão pelos iraquianos.

O novo programa tinha cinco episódios de 1 hora cada. O último era o *grand finale*. Dentre os concorrentes estavam um cantor sertanejo, um marionetista, cantores tradicionais iraquianos, companhias de dança folclórica e poetas. Um comediante até imitou Saddam Hussein. O sucesso do evento se espalhou rapidamente pelos canais informais e pelos comerciais de televisão. Os iraquianos sintonizavam especificamente no programa, o que foi um grande mérito.

O sucesso foi tão extraordinário que despertou o interesse da mídia americana. O jornal *Chicago Tribune* publicou uma estória na primeira página de um soldado americano e um concorrente iraquiano realizando um dueto improvisado durante uma transmissão ao vivo. Essa ocorrência teve cobertura pela Rádio Pública Nacional, *The Washington Post* e a ABC News. Normalmente o estado-maior de Op Psico tentava ao máximo evitar que a mídia desse cobertura de seu trabalho, mas nesse caso só acrescentaria prestígio e legitimidade ao evento. O pai de um dos concorrentes do programa disse: “Quando vocês chegaram, eles nos disseram que levariam nosso dinheiro e lares. Em vez disso, vocês levaram nossos corações”.<sup>5</sup>

Na gravação final do programa de talentos, não havia assentos vazios, e a platéia participava em massa. Muitos na platéia aderiram à dança tradicional iraquiana junto com os concorrentes que se apresentavam. Essa adesão do povo local não havia sido planejada, mas foi muito bem-vinda porque era essencial para a aceitação das mensagens do programa, como *Nós estamos construindo um Iraque melhor juntos*, e *Todos são iguais no Novo Iraque*. O programa era um dos raros, inteligentes e bem-sucedidos eventos que qualquer oficial de Op Psico sempre sonhara e se esforçara para conseguir — uma iniciativa que realmente ganhou corações e mentes. **MR**

---

## Referências

1. A Corporação Gallup conduziu pesquisas entre 18 de agosto e 4 de setembro de 2003, e o Departamento de Pesquisa conduziu pesquisas entre 25 de agosto e 10 de setembro de 2003, em Bagdá, Iraque.

2. As três áreas da brigada tinham populações tão diferentes que eles exigiam jornais separados: O *New Hope (Nova Esperança)* para Mosul; o *Iraqi Progress (Progresso Iraquiano)* para as regiões do Norte ao redor de Tal Afa e *The Tigris Valley News (Notícias do Vale do Tigre)* para Qayarra.

3. Esse cálculo foi baseado em 50.000 cópias por publicação e um número de leitores, estimado em 200.000 numa população de 6,5 milhões de habitantes.

4. Centro Stanhope de Pesquisa de Políticas de Comunicação. *Iraq Media Developments (Boletim Informativo do Progresso de Mídia do Iraque)*, 15 (outubro, 2003): pp. 13-24.

5. Bill Glauber, “Ídolo Iraquiano está no Ar”, *Chicago Tribune*, 20 de janeiro de 2004.

---

*O Major John Freeburg é oficial de Operações Psicológicas na 101ª Divisão Aerotransportada, Assalto Aéreo, Forte Campbell, Kentucky. É Bacharel pela University of Wyoming e Mestre pela Troy State University. Cumpriu várias missões de Operações Psicológicas no território continental dos Estados Unidos, Alemanha, República Tcheca, República da Geórgia e Bósnia.*

*O 2º Sargento Jess T. Todd é auxiliar de Operações Psicológicas, no QG e Companhia de Comando, 101ª Divisão Aerotransportada, Assalto Aéreo. Suas outras missões de Op Psico foram Auxiliar-chefe de Equipe, Equipe Tática da Op Psico 982; Chefe de Equipe da Op Psico 983 e Sargento do Destacamento de Op Psico 80, 9º Batalhão de Op Psico.*